欲望失序：社会性别视角下泥塑粉的媒介实践考察

程丽梅

（北京印刷学院，北京，102600）

【摘要】在新媒体技术不断迭代的背景下，粉丝的主体地位不断提升，出现了不同的粉丝类型。泥塑粉赋予男性艺人女性气质，将其想象为女性形象，由此获得追星愉悦。随着社会性别文化的开放与变迁，大众对性别议题的激烈讨论，这种对男艺人的性别倒置想象逐渐出圈，泥塑粉从角落走向舞台，争夺饭圈中心话语权。泥塑行为看似逆转了传统凝视地位，实际没有改变单向的权力结构，反而被商业资本利用裹挟，无法逃脱传统性别结构禁锢，固化了性别认知的刻板印象。

【关键词】社会性别理论；泥塑文化；凝视理论；性别认知

一、 绪论

（一）研究背景

随着新媒体技术的不断迭代升级，粉丝的主体地位不断提升，可以通过打投等方式参与式造星，拥有更大的话语权。粉丝与明星、资本之间的权力关系也进一步被重构，粉丝群体并不是一味被动接受的扁平客体，他们的喜好和意见反过来主动影响了上游的明星和制作公司的演艺活动。而且粉丝内部也不是同质孤立的个体，根据粉圈规则和喜爱方式也细分为不同类型，近年来走入大众视线的“泥塑”现象正是这样一种由泥塑粉构成的独特“文化景观”。

“泥塑粉”是“逆苏粉”的谐音，与谐音“整肃”的“正苏粉”相对，广义上是指忽略或者模糊艺人的生理性别，将其想象为与实际相反的生理性别的二次塑造行为。狭义则指的是赋予男性艺人女性气质，将其想象为女性形象，由此获得追星愉悦的粉丝群体。这部分粉丝热衷于将男明星女化，称呼男明星为“老婆”、“女儿”、“妹妹”等，积极参与“泥塑”文本创作，与粉丝群体内的“整肃党”经常产生冲突，被要求“圈地自萌”。随着社会性别文化的开放与变迁，大众对性别议题的激烈讨论，这种对男艺人的性别倒置想象逐渐出圈，泥塑粉从角落走向舞台，争夺饭圈中心话语权。由于这种性别逆转想象与主流性别话语体系矛盾激烈，大众对泥塑粉的认知也不可避免地存在隔阂与误解。

（二）研究目的和意义

本文的研究目的是考察泥塑粉媒介实践活动，从社会性别视角出发探讨泥塑行为作为性别政治实践积极与否，从而使对泥塑粉群体的认知和了解更加丰富。作为新潮的青年亚文化现象，目前学界对于泥塑粉的研究较少，本研究的理论意义一是丰富了迷群研究的类型，第二，这种粉丝与男艺人之间单次、双重的性别倒置，在性别研究领域也颇具新意。同时本研究的应用意义是为健康积极引导饭圈粉丝生态、科学管理提供参考。

（三）研究方法与思路

本文主要使用了文本分析法、参与式观察法等研究方法。首先，笔者选择微博 ID“@内娱泥塑 bot”和“@棒圈泥塑 bot”中 2021 年部分博文作为分析材料，共计 111 条，5649 字。通过搜索“妈咪”、“泥塑”等关键词的微博广场，观察泥塑粉发布的动态。

二、概念界定及文献综述

（一）泥塑的概念界定

“泥塑”一词源自“逆苏”（逆向玛丽苏）的谐音，由于泥塑的幻想主体和创作主体通常为异性恋女性粉丝，且面向的受众也是异性恋女性，泥塑的狭义概念仅指“女化”（女性化男艺人），本文讨论仅从狭义概念基础上展开。由于泥塑跨性别、泛性别的特殊性，部分较为狂热的泥塑粉丝认为泥塑代表了一种高级的、极具创新性的审美趣味[1]。

在泥塑时，粉丝的心态不一，会综合本身的粉丝属性，比如妈妈粉，会把男艺人视为”女儿“、”妹妹“，与传统的“女友粉”不同，希望和艺人恋爱，视之为伴侣的部分粉丝，会把男艺人视为”老婆“，由于本身性取向不同，这些粉丝的代入视角不同，异性恋取向的粉丝自我代入男性身份与”老婆贴贴“，同性恋取向的粉丝保持女性身份希望与”老婆“亲近。而腐向粉丝（即嗑喜欢的男艺人和其他男艺人 cp 的粉丝）会把受方男明星女化，也就是所谓的“别人家老婆”。在泥塑时，这些粉丝的自我认同是男性还是女性比较复杂，但共同的一点是她们代入了传统两性关系里男性的视角，把男艺人想象女性化，凝视着作为商品存在的“被女性化的男人”。

（二）理论基础

1. 社会性别理论

安·奥克利出版了《性别、社会性别和社会》一书，该书论证了生理上的性别（sex）与心理和文化上的社会性别（gender）之间的差异，她将性别定义为表示生物学意义上男性和女性的解剖学和心理学的特点，而社会性别是社会建构的男性气质和女性气质。男性气质和女性气质不是由生物学性别所限定的，而是通过社会、文化和心理的影响形成的[2]。

在关于社会性别的研究中，很多女性主义者将社会性别与权力系统联系起来。她们认为权力通过社会性别被安排。盖尔·卢宾则将社会性别与目的在于生育的性行为联系在一起，将两者归入一个概念术语，即性与社会性别制度。卢宾认为，社会性别应被定义为“一种由社会强加的两性区分”，是“性别的社会关系的产物”。而波伏娃强调了社会性别的等级关系，她在《第二性》中指出，妇女是被社会建构为他者的人，妇女的劣势不是自然形成的，这个等级划分的二元体系是父权制的产物，是用来为巩固男性权力服务的。

后现代主义女性主义者对社会性别的概念也提出了不同的看法，朱迪思·巴特勒在《社会性别的困境》中指出：因为社会性别既没有一个表现方式或外在化的“实体”，也不追求什么客观理想，它本身并不是一个实物，各种各样社会性别化的行为创造了社会性别这样一个观念。她认为社会性别应被设想为一个活跃的过程，不是一个名词而更像一个动词，作为人类，我们每天都被迫演示着我们的社会性别。尽管对于社会性别解构的观念不同，但对于女性主义学者来说，需要共同警惕的是，当社会性别成为社会文化差异的中性术语，就会削弱这一术语背后对男性权力政治性分析的意图。

2. 康奈尔的男性气质理论

男性气质与女性气质作为“社会化”产物，是性别差异的文化建构。康奈尔通过权力关系、生产关系、精力投入三个维度将男性气质中的关系划分为支配性、从属性、共谋性以及边缘性四种。支配性男性气质是“霸权性”的，这种气质保证了父权秩序的稳固。从属性男性气质则是以同性恋、娘娘腔、妈宝男为典型代表，为支配性男性气质所排斥。社会上大部分男人有着共谋性男性气质，即可用从男权制社会获得好处，却没有明显的支配性男性气质。而边缘性男性气质则是指在社会中被边缘化而无法获得社会威望与财富。

---

[1] 陈伊琳，黄雨竹，徐敬之，冯颖. 泥塑文化与性别观念探讨——基于粉丝文化背景[J]. 视听，2021，(03)：151-153.

[2] 吕山. 中国语境下媒介与社会性别研究概述(2010—2019)[J]. 中国报业，2020，(20)：13-15.

三、泥塑粉的话语表达与媒介实践图景

通过对满足“泥塑粉”在主动向外输出、社交平台上互动量大、文本量丰富三个条件的内容账号筛选，最终选择“内娱泥塑 bot”和“棒圈泥塑 bot”作为样本内容采集对象，因为 2022 年两个账号均未恢复更新，因此抽取其在 2021 年发布的微博。需要说明的是，由于本研究只针对狭义的男艺人泥塑粉，因此已经将样本数量极少的女明星相关投稿手动剔除，不影响词频对象的准确性。手动抓取并内容筛选后，有效样本共 111 条。再通过词频分析软件 goseeker 和 Nvivo 将有效样本内容进行分析，剔除词频统计报告中无关泥塑粉创作元素的名词、形容词、介词后得到高频词汇表和词云图，摘录如下：

标签词	词频	词性
老婆	36	名词
姐姐	22	名词
眼睛	12	名词
漂亮	7	形容词
小妈	6	名词
可爱	6	形容词
床上	6	其他
妹妹	6	名词
美女	5	名词
女孩	5	名词
好看	5	形容词
撒娇	5	名词
老公	4	名词
女朋友	4	名词
公主	4	名词
妈咪	4	名词
妈妈	4	名词
学校	4	名词
勾引	3	动词
明星	3	名词
小狗	3	名词
酒吧	3	名词
哥哥	3	名词
怀孕	3	名词
怀里	3	其他
清纯	3	形容词
父亲	3	名词
猥琐男	3	名词
男人	3	名词
抽泣	3	动词
车上	3	其他
出差	3	动词

学姐	3	名词
放学	3	动词
小姐	2	名词
笨蛋	2	名词
通红	2	其他
粉红	2	其他
厨房	2	名词
精英	2	名词
纪念日	2	名词
上班	2	动词
结婚	2	动词
下班	2	动词
继子	2	名词
同学	2	名词
樱桃	2	名词
吵架	2	名词
老板娘	2	名词
水手服	2	名词
哺乳期	2	其他



（一）“泥塑”文本创作特征

1. 篇幅短小，叙事多变

泥塑粉主要活跃在微博平台，虽然微博已经放弃了微博文本 140 字的字数限制，但是平台的文字习惯仍然趋向碎片化。因此泥塑粉创作的文本一般篇幅较为短小，大部分为两三百字的创作段落，不会提供完整的故事文本，而是简短的场景描述和主观叙述，留给读者自主想象。叙事学研究学者托多罗夫认为构成故事环境的各种事实是根据叙事者以某种目光、从某一观察点呈现在观众面前的，而不是它们主动拥挤到台前让观众看见。叙事者的目光决定了他以什么身份来讲述故事，也就是从“我——第一人称”、“你——第二人称”、“旁观

者——第三人称”的身份讲述故事。通过观察，泥塑粉在创作文本时经常使用切换人称叙事视角来讲述。比如“昨天惹老婆生气了，今天早早地去她公司楼下等着接她下班，没想到她加班到深夜，见到我也只是瞥了一眼，扭头走开了。” 在第一人称来讲述的文本，泥塑粉代入“我”的视角，展示“泥塑”化的男明星在故事里所作所为，表达“我”对“女性”的热烈情感，经常描写“我”的心理状态。而“亲眼看着你父亲走出门后，在微妙的气氛下，将挑逗、炽热的目光慢慢挪向你的小妈。 ”第二人称文本中，泥塑粉不代入 故事中角色的视角，面向观看投稿的读者，塑造一种读者与男明星发生亲密关系的场景和氛围，读者是故事主角，随着文本展开翩翩遐想。“港风女白领上班日常图、港风美女怀孕5个月了很爱肚子里的孩子。”这些第三人称视角的文本一般没有粉丝出场，更注重描写男明星本人的心理活动和意志。

2.色情化严重，充斥着性幻想

“不小心在老婆的颈部留下了痕迹，工作时，她只好在颈间系了一条丝带，却不知这样的她会让人产生更危险的想法。”

“老婆总是喜欢把头微微扬起或者对着我吐舌头，甚至曾经还给我发了她的床照，是希望我对她做什么是吗？”

“老公...”她捂着脸崩溃地喘息啜泣，薄薄一片腰不停颤抖，“没力气了，你动一动嘛......”

泥塑粉的文本创作极具色情化特点，泥塑粉将男明星性别逆转，想象为女性身份，然后将寄予性幻想投射，将囿于女性性耻感被压抑的欲望，借女性化的男明星之口表达出来。在泥塑粉的文本中，泥塑后的男艺人具有激起人性欲望的美妙身体，耽于性欲，而泥塑粉丝代入和“美女”产生亲密关系的男性视角，自身是处于凝视他者的主导位置，像传统男性对女性显露欲望，对于泥塑粉来说，男性视角可以合理化宣泄性欲望。在泥塑粉创作的文本中，绝大多数与色情幻想有关，男明星在文本中是过去引发性幻想的女性形象，体现了白幼瘦、性感等社会对女性的审美。

3.多种要素拼贴生产模版

文化研究学者约翰·克拉克将拼贴理论用于研究青年人生活方式，拼贴表现为一种即兴或改编的过程，即客体、符号或行为被嫁接到不同的意义系统与文化背景中，进而产生新的意义[1]。泥塑粉在进行文本创作时也会进行要素拼贴，尽管各种男明星形象、特质不一，但是泥塑化后的他们由共同的要素拼贴而成，由于泥塑最基础的叙事逻辑是直接直接赞扬美貌，在泥塑粉的文本中经常使用“动物”、“水果”作为比喻来形容男艺人的美丽，经常使用的意向有“兔子”、“小鹿”、“樱桃”、“草莓”。针对不同男明星的泥塑化创作也有可以通用的模板生产，比如“小妈文学”常用场景就是继子与母亲在父亲的灵堂发生关系等。除了同人创作的人设习惯，泥塑粉网上冲浪速度很快，经常拼贴使用网络热梗，比如微博博主徐徐入月来的“娇妻文学”流行时，泥塑粉就换头原文本，改编为男明星与“老公”的互动。

4.亲属与亲密关系想象

通过词频及词云图，可以看出在泥塑粉的文本创作中，“老婆”、“妈妈”、“妈咪”、“妹妹”、“女儿”等词的出现频率非常高，泥塑粉对男明星进行性别逆转想象时，经常把他们想象为在日常生活互动中，与自己有亲密关系的女性。

“妈妈为了给我筹钱治病，放学后去酒吧陪酒。”

“我的笨蛋老婆是才开始显怀的新手妈咪。”

“结婚不久后老婆就怀孕了。光长肚子不长肉，四肢还是很纤细，吐的比吃的多。下班回家后经常会看到老婆在厨房忙碌，看到是我就会抬起头询问我想吃什么，嫣然一副贤惠小

[1] 高贵武,葛异. 拼贴与共享:青年社交平台上的知识传播——基于B站知识区短视频的呈现方式考察[J]. 当代传播,2021,(06):72-76.

妻子的样子了。想到这样一个骄傲的大小姐被我搞大了肚子怀着我的宝宝，心里就有一种莫名的感觉。是幸福？征服欲？说不清楚了。”

泥塑粉所建构的男明星女性形象都是具有女性社会刻板印象特征的，男明星不仅被赋予了女性容貌、女性气质，甚至具有生理能力，还承担了女性的生育责任。在将男明星作为女性亲属关系展开想象时，粉丝会带入可能在故事中未出场的男性家庭成员，而且他们可能自我代入在家庭叙事中“家暴”、“软弱”、“暴躁”的男性形象，在评论区自我嘲讽：“是我的我承认，骂我吧我就是软饭男。”这种对于现实生活中部分男性的映照，看似在攻击自身，其实是攻击的是粉丝所扮演的男性身份[1]，由此可以看出她们在创作泥塑文本时涉及的性别刻板印象对男女两性来说都是双重压迫。

（二）泥塑粉的媒介实践活动特征

1. 召唤结构留白，搭建集体想象空间

召唤结构的说法是接受美学中的一个概念，由德国著名接受美学家沃尔夫冈·伊瑟尔提出来的。指艺术作品因空白和否定所导致的不确定性，呈现为一种开放性的结构，这种结构本身随时召唤着接受者能动的参与进来，通过想象以再创造的方式接受[2]。泥塑粉的文本创作充满了未完待续的意犹未尽感，充分留白，是典型的召唤结构文本，粉丝的媒介实践活动实际上是在通过共同创作，搭建对于某个男明星女性化的集体想象空间，粉丝拥有高度参与、高度自主的补充空间。比如泥塑粉可以针对某一篇感兴趣的文字段落在评论或者转发区续写，可以由画手创作绘画作品，剪辑相关视频，泥塑粉群内并没有奉为圭臬的第一文本，粉丝共同参与想象，鼓励不同的解读才会使得男明星的泥塑形象更具生命力与活力。

2. 自我隐匿避免来自主流文化的窥探

泥塑粉对男明星的逆性别想象与主流意识形态和价值观充满矛盾，这种禁忌性与女性向文化生产活动中的“规避外界窥探的边界意识”是相通的[3]。泥塑粉的媒介实践活动也体现了这种隐匿性，她们在社交媒体不带明星大名，采用一些花名代称，防止被其他圈层的人搜索到引发麻烦，在发布时因为有色情内容，怕被平台屏蔽，因此只能辗转流离于多种平台，将 write as 或者石墨文档的链接用表情分隔开，在评论区指路其他平台的原文。由于泥塑粉的媒介实践活动本质是以性欲望驱动，混杂着难以言说的性耻感和私密性，因此社群成员习惯性自我隐匿来避免来自主流文化的窥探。

四、赋权矛盾：另类性别政治实践的意义

（一）反向凝视争取话语权和性自由权

性别社会建构理论认为，性别是社会符号的创造物，人类对于性的表达和认知一直处于话语权力的建构之中。长期以来，女性作为被凝视的客体，被男性用以欲望投射，满足需求想象。而对女性而言，公开谈论性、承认自己有性欲望则是有羞耻感。而泥塑粉这种对偶像的逆性别想象，主动表露性欲望，从意识层面是女性觉醒后对话语权、性自由权、性解放的追求，为女性的性表达去污名化。女性粉丝掌握主动权，将男艺人作为凝视的客体，观看被形塑的“奇观”，男明星成为被凝视的他者，这种反向凝视也是泥塑这一性别政治实践中积极的方面。

（二）泥塑粉对自身女性身份的矛盾认同

泥塑粉把女性化当作对男性偶像的褒奖，将对偶像的美好期待浓缩于性别逆转之中，认为对男艺人的最高表扬就是把他们和普通男性区分开，赋予男艺人女性化气质，将美好的品

[1] 杨欣. 社会性别视角下“泥塑粉”对男明星媒介性别形象的重塑[D].内蒙古师范大学,2021.

[2] https://baike.baidu.com/item/召唤结构/11036680

[3] 高寒凝. 亲密关系的实验场：“女性向”网络空间与文化生产[J]. 文艺理论与批评,2020,(03):127-139.

质和女性化特质紧密连接，认为泥塑是一种更高级、创新的审美趣味，从这个方面来说，泥塑粉对于女性身份是推崇且自豪的。但是泥塑粉将男明星客体化凝视的时候自我代入却是男性视角，她们幻想自己是男性身份与女性化的偶像发生亲密关系，发泄欲望仍然要以传统的“男—女”权力结构为基础，她们将现实中女性身份受到的束缚与痛苦转移投射于对女性身份的厌恶，致力于跳出自身的女性身份，却将欲望投射向完美的神化“虚假的女性形象”，泥塑粉处于这种对女性身份的认同矛盾中难以逃脱。

（三）难逃传统性别结构和刻板印象，渗透审美焦虑

粉丝泥塑的对象是男性艺人，看似是女性粉丝地位上升反向凝视进行的“男色消费”，实际上是一种赋权错觉，根本没有改变传统凝视关系的单向的强弱权力结构，把女性化的男性作为“被凝视的对象”，女性的地位并没有实质改变，固化甚至加深了传统性别认知，被消费的实际还是美丽、脆弱的女性化形象，因此泥塑的本质不是男色消费，仍然是女色消费。泥塑粉认为丑人不配被泥塑，泥塑的核心叙事是美貌，所以在女色消费过程中充斥着社会文化对女性的审美要求与焦虑。男明星的泥塑化形象都是迎合“白幼瘦”审美，泥塑粉鼓吹“女化”但是接受不了“姨化”，将“姨”作为话语攻击等工具，这个污名化的称呼表现了女性的年龄和外貌焦虑。泥塑粉的媒介实践活动难逃传统性别结构和刻板印象的规训，在文本创作时，可能会使用对女性的羞辱伤害性用词，比如“婊子”、“贱人”等进行荡妇羞辱，甚至套用家庭暴力、受害者有罪论等逻辑来创作，漠然忽视女性遭受的性别暴力，甚至无意识沦为性别暴力的“帮凶”。

五、总结

通过观察泥塑粉的媒介实践活动可以看出，泥塑粉的文本创作较为碎片化，叙事多变，经常使用现实亲属关系展开想象，色情化程度较高。粉丝通过共同创作，搭建对于男明星女性化的集体想象空间，又辗转于多个平台隐匿来自主流文化的窥探。泥塑粉反向凝视男明星，将其形塑女性化，一方面是意识层面的进步和话语权的争取，但从本质上没有改变单向凝视的权力结构，是一种赋权错觉，其媒介实践活动又难逃传统性别结构和刻板印象的规训，甚至无意识沦为性别暴力的“帮凶”。总的来说，泥塑粉是粉——星权力转换之后，粉丝对于性别政治实践的一种积极尝试，在女性意识觉醒的未来仍然期待更多转变。

参考文献

[1] 陈伊琳,黄雨竹,徐敬之,冯颖. 泥塑文化与性别观念探讨——基于粉丝文化背景[J]. 视听,2021,(03):151-153.
[2] 吕 山 . 中 国 语 境 下 媒 介 与 社 会 性 别 研 究 概 述 (2010—2019)[J]. 中 国 报 业,2020,(20):13-15.
[3]高贵武,葛异. 拼贴与共享:青年社交平台上的知识传播——基于 B 站知识区短视频的呈现方式考察[J]. 当代传播,2021,(06):72-76.
[4]杨欣. 社会性别视角下“泥塑粉”对男明星媒介性别形象的重塑[D].内蒙古师范大学,2021.
[5] https://baike.baidu.com/item/召唤结构/11036680
[6]高寒凝. 亲密关系的实验场:“女性向”网络空间与文化生产[J]. 文艺理论与批评,2020,(03):127-139.
[7] 赵 哲 . 女 性 性 别 欲 望 的 失 序 : “ 泥 塑 粉 ” 的 身 份 想 象 [J]. 大 众 文

艺,2022,(04):191-193.
[8]陈玥彤,黄金. 反向凝视：泥塑粉丝的逆性别认知[J]. 青年记者,2021,(16):45-46.
[9]蔡竺言,刘楚君. 从“追星族”到“饭圈”：中国粉丝研究的核心概念与框架变迁[J]. 新闻记者,2022,(04):60-72.
[10]李静,陶姗姗. 网络粉圈“泥塑”实践及其社会性别意涵[J]. 新媒体研究,2021,7(24):79-83.
[11]常江,朱思垒. 粉丝文化：范畴、变迁与“出圈”[J]. 青年记者,2021,(19):9-11.
[12]曾昕. 虚幻想象与现实权力：媒介仪式视域下青少年粉丝文化实践[J]. 现代视听,2020,(11):17-20.
[13]王玉珏. 权力话语与身体的物质化——朱迪斯·巴特勒的女性主义系谱学研究[J]. 西南大学学报(社会科学版),2015,41(03):19-25.
[14]骆叶. 网络时代符号化参与所呈现的景观探究——以B站CP粉文化为例[J]. 西部广播电视,2020,41(21):30-32.
[15]闫思颖. 新媒体环境下基于微博平台的粉丝研究[J]. 新闻传播,2022,(22):33-35.
[16]郝汉. 赛博女性主义视角下“CP”粉丝群体实践研究[D].河南大学,2022.